

LES MOTS POUR LE

TROIS clés du succès

Respect : respect de la terre et des animaux, respect de l'environnement, respect du travail et des consommateurs,... Le respect est la ligne de force qui traverse les initiatives dans laquelle certains citoyens (s')investissent.

Humain : les initiatives citoyennes proposent, vendent même, des produits. Mais elles offrent aussi du lien social, replaçant l'humain au centre du jeu. Le consommateur devient mangeur. Le consommateur devient maître de son énergie. Le consommateur se libère de l'obsolescence programmée.

Communication : le succès des initiatives citoyennes dépend pour beaucoup du nombre de personnes qu'elles rassemblent. Pour rassembler, il faut se faire connaître. Pour se faire connaître, il faut communiquer.

#DÉCLICCITOYEN

COMMENTAIRE

par Alain WOLWERTZ



Un investissement de consom'acteur

Le vent qui fait tourner les éoliennes citoyennes de Waimes ne produit pas forcément l'électricité la moins chère du marché. Le fromage de chèvre ou la farine de sarrasin qui sort de la ferme du Hayon se paient quelques euros de plus que ceux du supermarché hard discount.

Pourtant, que ce soit en Gaume, dans les cantons de l'Est ou ailleurs, ce modèle éco-responsable, citoyen et coopératif séduit. De plus en plus de consommateurs achètent l'électricité d'éoliennes comme celles de Waimes et se nourrissent des produits issus d'une agriculture éco-responsable comme celle pratiquée à la ferme du Hayon.

Mais certains vont plus loin et se muent en consom'acteurs, prenant des parts dans ces coopératives. Un investissement qui ne vise pas la rentabilité au sens traditionnellement entendu. Ici, le retour sur investissement c'est la liberté de choisir et la connaissance de ce que l'on consomme ; l'assurance que sa production est respectueuse de la planète et de la santé des gens ; la satisfaction de créer des emplois à deux pas de chez soi et qui ne se volatiliseront pas au prochain avis de tempête sur la bourse de New York ou Shanghai. Et tout ça, c'est aussi une sacrée plus-value.

FAIRE ET FAIRE SAVOIR

Faire c'est bien. Le faire savoir c'est mieux. Ces initiatives citoyennes, qui naissent et se développent grâce aux citoyens, sont d'autant plus fortes qu'elles fédèrent un maximum de monde. Pour cela, il faut communiquer, faire savoir donc. Un terrain que les convaincus de la première heure délaissent trop souvent.

« On cherche des moyens pour mieux communiquer sur ce que l'on fait, parce qu'on se rend

compte que, parfois, on a autant de gens prêts à réparer des objets que de personnes qui viennent pour les faire réparer... », dit Michaël Gyen, du repair café de Vaux-Borset.

À Waimes aussi, on est conscient de l'importance de communiquer. « Expliquer notre philosophie prend du temps, dit Mario Heukemes, de Courant d'Air. Mais quand on le fait, près de 80 % des gens nous suivent. »

LA QUESTION

Vit-on une nouvelle forme d'investissement ?

LA RÉPONSE

Ils sont de plus en plus nombreux à investir et à s'investir dans un mode de production qui correspond plus à leurs aspirations. Aspiration pour consommer plus sain et respectueux de la planète. Aspiration aussi pour se réapproprier des biens aussi essentiels que l'énergie. Mais avec en bonus la remise au centre du jeu de l'humain.

● Alain WOLWERTZ, Marie-Laure MATHOT et Dominique VELLANDE

« **A**vant, on parlait de fermes, aujourd'hui on utilise les termes "exploitations agricoles". Cela veut déjà dire beaucoup... »

À Sommethonne (Meix-devant-Virton), Marc Van Overschelde a, lui, fait le choix de ne pas exploiter la terre mais celui de « faciliter la vie », d'aider cette terre gaumaise et de la respecter pour qu'elle lui offre en retour de quoi vivre. Un modèle à contre-courant de la monoculture, du mono élevage et du toujours plus gros pour être rentable.

Ce modèle bio, mais qui va plus loin que le bio, il le cultive avec succès à la ferme du Hayon depuis près de 20 ans. Organisée en coopérative, la ferme et ses 68 hectares de terres, dont 15 de forêt, fait vivre trois familles : l'une avec de l'élevage de bovins et des cultures de céréales ; l'autre avec une chèvrerie ; la troisième grâce à l'agro-foresterie. Tous ces travailleurs louent la ferme et le matériel à la coopérative. Tandis que les coopérateurs – qui à l'époque ont permis de sortir cette ancienne dépendance de l'abbaye d'Orval de la spéculation foncière –, eux, n'attendent pas que les parts prises dans l'affaire leur rapportent de solides dividendes. Mais ils savent qu'à la Ferme du Hayon ils trouveront des produits bios issus d'un travail respectueux de l'environnement et des animaux. Un travail qu'ils

peuvent même toucher de ses mains lors d'ateliers charcuteries ou découverte des semences. Bref, le retour sur investissement est multiple mais pas pécuniaire. « L'intérêt de la coopérative était d'avoir un projet de société où l'humain prime sur le capital », résume ainsi Marc Van Overschelde.

À l'autre bout de la Wallonie, la philosophie est la même : « Ici, le citoyen investit dans un bien commun : le vent », explique Mario Heukemes, de la coopérative énergétique Courant d'Air. À Waimes, les coopérateurs ont permis l'installation de 5 éoliennes. Aujourd'hui, elles tournent tellement bien qu'il y a même des dividendes. Mais l'essence même du projet n'est pas là. Il reste à finalité sociale : sensibiliser les jeunes aux énergies vertes, soutenir d'autres associations qui œuvrent dans le domaine de la transition, offrir des arbres fruitiers à un jardin collectif et même réaliser des audits énergétiques pour les écoles de la commune.

Ne plus mettre l'argent au centre de ses choix mais (s')investir pour un mode de consommation plus sain. C'est aussi un choix qui peut se faire du côté consommateur. Christian Baeke, 61 ans, habite à Fernelmont. Il prête tous les samedis sa maison à la collectivité afin que chacun puisse y acheter de la nourriture en circuit-court. Des fruits et légumes sans pesticides, des poulets bios et fromages sans conservateurs sont vendus dans ce GAC (Groupe d'achat commun). Les produits sont plus chers que les produits non-bios des supermarchés mais pour Christian, la démarche est de soutenir un certain modèle de société. « Je me rends bien compte que si on n'utilise pas de produits phytosanitaires (pesticides) pour

Faire primer l'humain sur le capital, créer du lien social tout autant que des produits à consommer, se réapproprier les biens de base et respecter la planète

cultiver ses légumes, alors il faut aller à la binette dans les rangs de carottes. Ça se paie.» Pour Christian, mieux vaut investir dans la prévention que dans la guérison.

Jacqueline Goffart a aussi décidé de donner de son temps afin d'aider sa ville, Dinant, à renaître économiquement. Elle se dit qu'en investissant dans la production locale, elle créera de l'emploi dans une commune où le taux de chômage avoisine les 20 %.

Pour tous ces interlocuteurs, la notion d'investissement est revue. On parle d'argent mais pas seulement. Le dynamisme, les liens et le temps sont aussi au cœur de leur démarche pour changer la société. ■

LE CHIFFRE

2016

225

repairs cafés en
Belgique

En un an, le nombre de Repair cafés a doublé en Belgique selon Luc Deriez, de l'ASBL Repair Together, le réseau des Repair Cafés francophones de Belgique. Le chiffre est passé d'une centaine, fin 2015, à 225 actuellement (90 en Wallonie et à Bruxelles et 135 en Flandre).

'est l'humain



EdA - Gollinvaux

« Quoi, il ne faut pas vous payer ? »

À Vaux-Borsset le Repair Café d'Alexandra et Michaël est encore tout jeune et il faut donc faire connaître ce nouveau service installé au cœur du village.

Pas facile, d'autant plus que le concept est mal connu. « *Beaucoup de gens ne savent pas que c'est totalement gratuit* », dit Michaël Gyen. Du coup, certains hésitent peut-être à franchir la porte de la salle, estimant sans doute qu'au prix de l'électro aujourd'hui, il sera plus rentable d'acheter du neuf.

Parmi les gens qui viennent faire réparer un objet, souvent certains demandent d'ailleurs combien ils doivent payer pour le service. « *« Quoi, il ne faut pas vous payer ? », nous*

disent-ils quand on leur dit que c'est gratuit. »

Un autre signe que la plupart des gens sont formatés par une société de la consommation où tout s'achète et se vend, c'est le flop de la *gift box* installée au repair café. Cette étagère où l'on dépose les objets dont on ne veut plus pour que d'autres qui en auraient besoin puissent en profiter reste désespérément pleine. « *On sent que les gens sont gênés, ils n'osent pas se servir parce qu'ils n'ont pas l'habitude d'avoir quelque chose pour rien*, note Alexandra. *Seuls les jouets ont un certain succès, parce que les enfants n'ont pas ce frein.* » **A.W.**

L'AVIS DES EXPERTS

« Se professionnaliser est souvent la seule solution »

Dans ces associations, on aime les parfums de spontanéité et de liberté. Et il est vrai que la citoyenneté s'exprime plus favorablement hors des carcans habituels. Mais l'énergie et l'enthousiasme des débuts ne risque-t-elle pas de s'essouffler ? « *C'est probable et c'est la raison pour laquelle il faut souvent passer par une phase de professionnalisation* », analyse Laurence Lambert, de l'Agence pour l'Entreprise et l'Innovation. « *C'est spécialement le cas pour ce qui concerne l'alimentation locale. A un moment, il est nécessaire que tous les maillons de la chaîne soient en harmonie. Celui qui veut consommer des produits locaux n'a pas envie pour autant de devoir préparer des légumes défraîchis* », explique Laurence Lambert. « *On gère des produits, une caisse, une relation avec les clients, la sécurité alimentaire : tous ces éléments conduisent à la professionnalisation. Celle-ci doit aussi pouvoir intégrer une mutualisation des coûts. Acheter des machines spécifiques communes à plusieurs petits producteurs* ».

Partant, on peut parler dans beaucoup de cas d'un véritable modèle économique. Un modèle susceptible de résister très bien à de grandes crises économiques. « *Mais ce modèle postule d'autres objectifs que la simple mission de rémunérer les actionnaires* », explique notre interlocutrice. Laquelle se dit convaincue du potentiel très élevé pour une consommation locale. En clair, des consommateurs susceptibles d'embrayer sur une offre de proximité. Pour autant, explique-t-elle, que la production puisse suivre. « *Or, il y a de gros verrous au niveau des producteurs qui doivent quasiment faire le chemin inverse de ce qu'ils ont toujours fait. D'autre part, on constate qu'un tas de jeunes ont envie de se lancer dans une petite production locale mais qu'ils rencontrent un problème d'accès à la terre* », constate Laurence Lambert. **D.V.**



Laurence Lambert, de l'Agence pour l'Entreprise et l'Innovation.

« Les réseaux sociaux ? Pas toujours un gage de plus de démocratie »

• Dominique VELLANDE

S'investir dans une initiative citoyenne voire la créer s'accompagne aujourd'hui d'un ingrédient essentiel : les réseaux sociaux. Constituer un groupe, proposer un projet collectif, s'organiser, tout cela est à la portée de tout le monde. Spécialiste des réseaux sociaux, Périne Brotcorne nuance en rappelant qu'il ne s'agit que d'outils. « *L'organisation des citoyens en réseau de manière plus horizontale est simplement facilitée par ces plateformes numériques.* »

Cette sociologue de l'UCL relativise également le côté « égalitariste » de ces réseaux sociaux. « *Parler de web participatif donne la perception que tout le monde peut s'exprimer. Que ces réseaux offrent une bel espace pour un débat public accessible à tous. C'est faux : la fracture numérique existe toujours mais a opéré un glissement : du principe de la possession ou non d'un appareil connecté, cette fracture s'exprime désormais dans l'usage qui est fait de cet appareil* », analyse Périne Brotcorne. Cette dernière est d'ailleurs catégorique : « *Je pense qu'il y a des gens qui avant les réseaux sociaux étaient parfaitement intégrés dans la société et qui ne le sont plus aujourd'hui tout simplement parce qu'ils ne savent pas les utiliser.* » Cela pour dire que cette nouvelle forme d'investissement n'est sans doute pas aussi inclusive qu'il n'y paraît. « *On n'existe que si on publie quelque chose et donc ceux qui sont actifs évincent ceux qui ne disent rien. Cette valorisation de l'individu actif s'accompagne ainsi de ce que certains sociologues appellent la « disqualification des silencieux ».* » Périne Brotcorne évoque à ce sujet une étude où seulement un internaute sur dix déclare faire partie d'une communauté en ligne. **■**



Périne Brotcorne, sociologue à l'UCL.